

中国绿色食品的产业化发展与对外贸易

姚立新

绿色食品是遵循可持续发展原则、按照特定生产方式生产、经过专门机构认定、许可使用绿色食品标志商标的无污染的安全、优质、营养食品的统称。这是我国独创的概念。与美国、日本的有机食品、欧洲的生态食品相类似。中国绿色食品发展的必由之路是实现绿色食品产业化,而对外贸易在近期中国绿色食品产业化发展中将发挥重要作用。

一、我国绿色食品产业化发展成就与模式特点

我国自 1990 年开始实施绿色食品工程。八年来,我国绿色食品工程发展快速,取得了举世瞩目的成绩。1991 年我国获得绿色食品标志的产品为 125 个,1993 年迅速增加到 353 个,到 1994 年已有 558 个产品拥有了绿色食品标志使用权,截止 1996 年底,全国绿色食品生产企业 463 家,正在使用绿色食品标志的产品已达 742 个。截止 1997 年 10 月全国共开发了绿色食品 890 个,其中相当多的产品还是名牌产品。我国绿色食品的实物生产量已从 1990 年的 34.72 万吨扩大到 1996 年的 340 万吨。绿色食品原料作物的种植面积从 1990 年的近 4 万公顷增加到 1993 年的 41 万多公顷,年平均增长速度达到 120%。1995 年绿色食品作物的种植面积已占全国农作物种植面积的 0.3%。我国绿色食品的开发目前已从农垦系统向广大农村拓展,全国绝大部份的省市都拥有自己生产开发的绿色食品。1995 年我国绿色食品年产值近 100 亿元。我国绿色食品产业已从第一产业和第二产业延伸发展到第三产业,越来越多的企业参与开发绿色食品,从而为绿色食品发展打开广阔天地。可以预计随着绿色食品服务业标准的出台和完善,绿色食品事业将在商业、饮食业等第三产业加快发展。我国绿色食品产业化发展格局已初步形成。我国绿色食品的产业化发展有如下特点:

(一)我国在发展绿色食品的产业化发展过程中,将传统农业技术和现代高新技术有机地结合起来,为我国农业产业化发展开辟了一条新途径。我国发展绿色食品的路子充分考虑了我国国情和发展中国家的客观条件,主张不完全放弃机械和化学肥料等物质基础,而是合理利用这些技术,同时积极采用生物技术和吸收传统农业中的优良农艺技术成果,在不破坏农业生态环境条件下生产出低残留、高品质的绿色食品。

(二)我国在绿色食品的产业化发展过程中,成功地将发展经济与保护环境有机地结合起来。发展绿色食品是农业与环境保护的最佳结合点。绿色食品的产业化发展有利于促进我国农业的可持续发展,符合我国农业和食品加工业发展的方向。据统计,截止 1996 年,全国有 213 万公顷用于开发绿色食品土地(大约相当于两个福建省的耕地面积),其中初级农产品产地面积 28 万公顷,加工产品原料产地面积 81 万多公顷,饲料原料产地面积 104 万公顷,因受到严格监控而得到良好保护,有力地促进了我国一些重要地区农业的可持续发展。因此,中国绿色食品工程 1994 年 12 月荣获了“中华绿色科技奖”(我国环境领域最高级别的非官方奖)金奖的头奖,1997 年被推举为“全球

20 个可持续发展最成功的模式之一”。1998 年联合国亚太经济和社会委员会将重点向亚太地区发展中国家介绍和推广中国绿色食品开发和管理模式。

(三)我国首次提出并实施“从土地到餐桌”的全程质量控制的新观念 已初步建立和制定了一套具有国际先进水平的绿色食品标准体系,并在全国范围内推广实施,促进了绿色食品的生产、管理和销售逐步走向标准化和规范化,使绿色食品确立了中国食品质量最高水平的良好形象,得到了全社会的认同和肯定,有力地促进了我国食品质量水平的提高,增强了我国绿色食品在国际市场上的竞争力。

(四)我国建立了负责组织,实施全国绿色食品工程专门机构——中国绿色食品发展中心 中国绿色食品发展中心于 1992 年 11 月经国务院批准正式成立,并于 1993 年 5 月被有机农业运动国际同盟接纳为正式会员。目前,中国绿色食品发展中心在全国 31 个省、市、自治区设置了 37 个绿色食品的委托管理机构,建立了 56 个绿色食品产地环境监测机械及环境质量评价机构,并在全国分区域委托了 9 个食品检测中心负责食品的卫生检测,初步形成了绿色食品组织管理、质量管理和技术监督网络,按照绿色食品的标准对数千个申报绿色食品标志使用权的产品进行了严格的审查认证。

(五)我国在借鉴国际经验的基础上,将绿色食品标志作为我国第一例产品质量证明商标在国家工商行政管理局注册 使绿色食品事业的管理受我国法律保护,提高了绿色食品标志的权威性和知名度,对推动绿色食品产业化发展产生了深远的影响。

(六)我国中央和地方政府积极推动绿色食品产业化发展 我国是世界上第一个由政府部门倡导开发绿色食品的国家。1989 年农业部在研究制定有关“八五”规划和 2000 年设想时,提出把发展绿色食品作为一项拳头项目。1990 年我国开始实施绿色食品工程。1991 年《国务院关于开发“绿色食品”有关问题的批复》中指出:“要采取措施,坚持不懈地抓好这项开创性的工作,各有关部门要给予大力支持”。1992 年《国务院关于发展高产优质高效农业的决定》中强调指出:“对绿色食品等经国家有关部门正式确定的标志要严格管理,依法使用和保护”。1993 年国务院颁布实施的《九十年代中国食品结构改革与发展纲要》中指出:“要十分注意提高加工食品的质量,选择优质的原料品种,建立稳定的原料基地,大力发展绿色食品”。1994 年国务院第 16 次常务会议通过的《中国 21 世纪议程》,把“加强食物安全监测,发展无污染的绿色食品”列为其中的一项重要行动方案,以保障食物的有效供给和增加供给的多样性。我国中央政府对绿色食品发展的上述的重大决策和坚持不懈地推动与支持,为我国绿色食品的产业化发展奠定了重要基础,开辟了广阔的前景。我国一些地方政府在推动绿色食品的产业化发展方面也发挥了重要作用。

二、近期绿色食品产业化发展战略:发展出口,促进产业化

我国绿色食品的发展方向是实现绿色食品的社会化、产业化和国际化。绿色食品的社会化是绿色食品产业化和国际化的基础。发展绿色食品出口是绿色食品国际化的核心,产业化是当前我国绿色食品发展的关键。大力发展绿色食品出口是推进现阶段我国绿色食品产业化发展的一个重要途径。

从近期看,我国绿色食品的国内消费量不会有较大的增长。出口需求的扩张将成为我国绿色食品产业化发展的重要来源。从这个意义上说,绿色食品出口的发展关系到现阶段我国绿色食品产业化发展的快慢。发达国家巨大的绿色食品市场,将为我国绿色食品的产业化发展推波助澜。

绿色食品在许多发达国家拥有日益扩大的市场。近年来,美国、英国、德国、日本等发达国家对绿色食品的需求已经大大超过本国生产量,对绿色食品的进口量日益增多,刺激了其他国家绿色食品业的发展。绿色食品将成为 21 世纪的主导食品,国际市场上的绿色食品的需求必将与日俱增。据有关专家预测,到 2000 年发达国家绿色食品的消费量将比现在增加 5 倍。因此,利用国外庞大的绿色食品市场为我国绿色食品产业化发展服务提供了一定的市场基础。

为此,近期我们要抓紧时机,采取有效政策措施,积极发展绿色食品出口,促进我国绿色食品产业化。

(一)国家应将绿色食品产业化发展纳入“大经贸发展战略”体系中统一规划,促进绿色食品出口贸易的发展 绿色食品的开发和管理是一项跨行业的系统工程。我国政府应一如既往地绿色食品出口和产业化发展给予重视和支持,继续采取积极措施推动绿色食品出口贸易的发展,促进绿色食品产业化。政府有关部门要推动农业、环保、轻工、外经贸、金融等有关部门一道参与绿色食品产业化发展工作,加强对绿色食品生产的金融支持和税收优惠扶持。大型商贸公司或外贸公司可结合国际化、集团化、产业化发展战略,投资、合资、合作兴办绿色食品的生产、加工、销售,实现商贸工、商贸农、商贸技相结合。要投入一定的力量搞好绿色食品的开发工作,加大科技投入的力度,积极进行绿色食品的开发研制,提高出口商品的档次。要鼓励开展符合绿色食品标准要求的项目投资和建设,搞好绿色食品出口货源基地的建设,鼓励开展贸农、贸工相结合的实业投资经营,进一步夯实绿色食品的产业基础。国内绿色食品市场的建设要着眼长远,绿色食品市场建设规划应与绿色食品产业化发展的战略规划有机结合起来。

(二)中国绿色食品发展中心在大力促进国内绿色食品生产发展的工作基础上,应采取“发展绿色食品国内生产和促进绿色食品出口营销”并举的工作方针

1. 绿色食品的评定标准很复杂,目前世界各国尚无统一标准。我国绿色食品的生产标准是比较高的,要投入一定的财力、人力向其他国家宣传和推广,包括为其他国家培训绿色食品标准人才,这对于扩大我国绿色食品出口的发展将产生潜在的深远的影响。

2. 进一步提高我国绿色食品和绿色食品标志的国际知名度。要把我国的绿色食品标志在目标市场所在国进行注册,让我国的绿色食品标志成为一个国际知名的质量证明商标,成为我国绿色食品在国内、国外进行市场营销的统一专用商标,为我国绿色食品进入国际市场奠定基础;要组织和帮助我国绿色食品生产和贸易企业到目标市场所在的发达国家进行质量认证。

3. 向发达国家目标市场有计划地传送我国绿色食品事业的发展信息,组织国内绿色食品企业举办针对目标市场的绿色食品展销会,可在国内举办展销会,邀请目标市场客户前来参加,也可直接前往目标市场所在国(地区)举办展销会;组织力量将国外绿色食品市场的动态信息,特别是绿色食品有关质量标准及进口管理规定及时向国内企业传达。

(三)我国企业应制定正确的国际市场营销策略,加强国际市场开拓 我国绿色食品生产企业和外贸公司应注意搜集欧美等发达国家市场上绿色食品的科技进步、资源开发、加工生产、消费、法规、组织、竞争和市场容量等方面的信息,特别是要掌握其绿色食品标准及生产经营管理等方面的规定及其变化,有预见性地制订合适的营销策略,将我国绿色食品迅速打入发达国家的绿色食品市场,并不断扩大市场份额。特别是应有效加强我国绿色食品在国际市场的营销渠道和网络的建设,这是实施成功的国际市场营销策略的基础性工作。

(作者单位:厦门大学国际贸易系 厦门 361005) 责任编辑 李玉勤